

Stereotypy mieszkają w języku **Rozmowa z prof. Jerzym Bartmińskim (UMCS)**

Katarzyna Grzybowska: Co to jest stereotyp?

Prof. Jerzy Bartmiński: Walter Lippmann, inicjator badań nad stereotypami, określił je jako „obrazy w głowach”, wpływające na nasze myślenie, postępowanie i zachowanie. Dzisiaj pod wpływem socjologów przyjęło się łączyć stereotypy z wyobrażeniami ludzi różnych narodowości (Niemiec, Żyd, Ukraińiec), zawodów (urzędnik, chłop), pochodzenia (warszawiak) i podkreślać dwie cechy tych wyobrażeń: zabarwienie emocjonalne i skłonność do fałszywych generalizacji. Stąd stale powtarzany postulat walki ze stereotypami, ich przełamywania, odrzucania. Językoznawcy, którzy dopiero niedawno zaczęli się interesować stereotypami skłonni są traktować je jako niezbywalny element kultury, wiązać z modnym ostatnio pojęciem językowego obrazu świata, obrazu przyjmowanego z tradycją, w postawie „naiwnej”. Wszystkim badaczom zajmującym się tym zagadnieniem wspólne jest przekonanie, że stereotypy są czymś, co jest utrwalone społecznie, przekazywane kulturowo, więc niejako „z drugiej ręki”, i że najbardziej wyrazisty wyraz stereotypy znajdują w języku. Jako językoznawca dodałbym jednak od razu, że choć stereotypy są wpisane w język, mieszkają w nim, to mogą funkcjonować też poza językiem, czego najlepszym przykładem jest karykatura...

K.G.: Często w rozważaniach naukowych terminowi stereotyp towarzyszy pojęcie stereotypizacji.

Prof. Jerzy Bartmiński: To rozróżnienie jest uzasadnione, odpowiada rozróżnieniu procesów i wytworów, które wiążemy w Polsce z nazwiskiem Kazimierza Twardowskiego. Stereotyp jako utrwalone wyobrażenie jest wytworem procesów historycznych, gromadzenia doświadczeń i ich jakiegoś przetwarzania przez wspólnotę. To przetwarzanie polega między innymi na stereotypizacji, czyli na wyborze charakterystyk, na hierarchizowaniu cech, na wybijaniu dominanty, oczywiście i na ukrywaniu cech niewygodnych, „wstydlivych”. Interesującą pracę doktorską na temat kształtowania się stereotypów narodowych w Polsce napisała w tym roku Aleksandra Niewiara z Uniwersytetu Śląskiego. Pokazała, jak w ciągu czterystu lat, od XVI do XIX wieku, rozwijały się obrazy różnych narodowości w Polsce i przez jakie etapy te charakterystyki przechodziły.

Stereotypizacja obejmuje wszystko, co postrzegamy, ale z wielu powodów najbardziej nas

interesują obrazy ludzi, w tym i to, jak widzą nas inni. Tworzymy sobie wyobrażenia „typowych” przedstawicieli poszczególnych narodów, mieszkańców różnych regionów, członków rodziny itd. Czasem są one bardzo złośliwe - na przykład teściowa ma powszechnie znany wizerunek negatywny, podczas gdy rodzona matka pozytywny. Chce jednak powiedzieć od razu, że stereotypizacja jako proces polegający na schematycznym i „tendencyjnym” uogólnianiu dotyczy nie tylko ludzi, utrwalone są w języku także subiektywne wyobrażenia (stereotypy!) zwierząt, np. chytry lis, wierny pies, zdrowy i silny koń, dumny orzeł, głupia i złowieszcza wrona - drzew i kwiatów (męski i twardy dąb, kobieca i smutna brzoza), a także wielu przedmiotów, jak choćby narzędzi pracy takich jak kosa, cep, pióro, cyrkiel, młot i łopata, które zaczynają funkcjonować jako kulturowe symbole. Stereotypizowane są elementy kosmosu (słońce, które się uśmiecha, np. na obrazkach dzieci) i różne składniki całego otaczającego nas świata. Dla językoznawcy jest zrozumiałe, że stereotypizacji ulega wszystko to, co człowiek językowo i kulturowo oswaja. Stereotypy tworzą swoisty kod kulturowy powiązany z językiem. Drogi językoznawców i socjologów, jeśli chodzi o spojrzenie na stereotyp w tym miejscu się trochę rozchodzą.

Adrian Lesiakowski: Czy stereotyp jest zawsze fałszywym sądem o rzeczywistości?

Prof. Jerzy Bartmiński: Tak się przyjęło sądzić, choć często też mówi się o „ziarnie prawdy”, które tkwi w każdym stereotypie. Rzecz jednak w tym, że owa prawda jest zawsze bardzo subiektywna, raz bliższa obiektywnej rzeczywistości, raz dalsza. Nienaukowe, potoczne widzenie świata, widzenie utrwalone społecznie, jest ze swej natury antropocentryczne i etnocentryczne, oparte na zasadzie „człowiek miarą” (homo mensura). Stereotyp jest pewną kreacją obrazu świata odpowiadającą potrzebom człowieka. Podobnie jak symbol jest tworem kulturowym, a więc nie jest prostym, fotograficznym odbiciem, i wcale do tego nie zmierza. Jeżeli mówimy woda, to tak naprawdę nie myślimy wtedy H₂O, ale myślimy stereotypizując, tak jak Mickiewicz „W samotności biegnę do Ciebie jak do wody”. Bo czym jest woda dla człowieka? Rzeczywistością fizykalną, czy chemiczną? Nie, jest po prostu rzeczą "ludzką", czymś potrzebnym nam, niezbędnym do życia, co nas chłodzi, daje poczucie rzeźkości itd.

A.L.: Czy stereotypy muszą zawsze być negatywne?

Prof. Jerzy Bartmiński: Nie muszą być i nie są tylko negatywne. Istnieją również stereotypy pozytywne. Na przykład istnieje bardzo pozytywny stereotyp matki, którego nie potwierdzają statystyki (przecież matki potrafią być okrutne nierzadko zabijają swoje dzieci). Przeważnie w stereotypowych wyobrażeniach cechy negatywne i pozytywne mieszają się ze sobą. Wróć do sprawy kształtowania się stereotypów, udokumentowanych przez A. Niewiarę. Zaczyna się od rejestrowania faktów: Włosi potrafią pięknie grać i śpiewać, Niemcy jedzą ziemniaki, Francuzi są

wymowni i jedzą ślimaki itd. My to widzimy, spamiętujemy, o tym mówimy, piszemy. Drugi etap to selekcjonowanie szczegółów: jedne potwierdzają się i zaczynają w obrazie ogólnym dominować, a inne gdzieś przepadają. Tworzenie stereotypu poprzedzone jest więc fazą poznawania. Funkcja poznawcza jest więc funkcją podstawową. Są więc na przykład określone przedmioty, kojarzone z określonymi narodami. Jeśli chodzi o Polaków, to respondenci ankiet wskazywali mi najczęściej trzy butelkę wódki - flaszkę, szablę i krzyż. Takie uproszczone widzenie ma jakieś uzasadnienie realne, ale w którymś momencie zostało poddane interpretacji symbolizacji. Do przedmiotów przypisywano pewne działania, sposoby postępowania, pewne cechy charakteru. Więc ostatecznie stereotypowy obraz (nas samych czy obcych) jest już selekcją, przetworzeniem, interpretacją. Potem stereotypy są przejmowane wraz z tradycją. Ktoś nigdy na oczy nie widział Tatarów, ale wie, że był to ktoś, kto jadał surowe mięso, bo u nas tak właśnie nazywa się pewna (smaczna) potrawa. Stereotyp zaczyna funkcjonować autonomicznie, jako wyobrażenie przyjmowane na wiarę od innych, z drugiej ręki, oczywiście zawsze trochę anachroniczny. O ile wiem, dzisiejsi Tatarzy wolą mięso gotowane i smażone od surowego!

K.G.: Czy stereotyp jest rzeczywistością stałą czy też zmienną i dynamiczną?

Prof. Jerzy Bartmiński: Stereotyp, podobnie jak język, jest równocześnie trwały i zmienny. Należy do struktur długiego trwania, jak to określają etnolodzy. W ciągu naszego jednostkowego życia zmienia się może niewiele, ale jak patrzymy na dłuższy odcinek czasu, to widzimy zmiany. Przykładem może być obraz Niemca, bardzo stary, ukształtowany jeszcze w kulturze staropolskiej, z dominacją cech negatywnych. Niemiec ma nazwę urobioną od słowa "niemy", "niemota", a więc był przez naszych przodków postrzegany jako ktoś, z kim trudne (niemożliwe?) było porozumienie się słowne. Do dziś często określa się język niemiecki jako "szwargot", język ten jest prototypowe traktowany przez Polaków jako język obcy. Niemiec to był nie-katolik, luteranin, heretyk. Potem wróg, zaborca, agresor, oprawca. I co się nagle okazuje po kilku wiekach istnienia takiego stereotypu w naszej kulturze? Obraz Niemca zmienia się. Według ostatnich badań stereotyp Niemca przyjmuje wiele cech pozytywnych. Dziś zwłaszcza młodzi Polacy widzą Niemca przede wszystkim jako Europejczyka. Dlaczego? To jest przykład wpływu sytuacji społecznej i politycznej na zmianę stereotypu. Nowe aspiracje, nowe wartości - wykształcenie, przedsiębiorczość - które cenimy u siebie i doceniamy u innych.

Sławomir J. Żurek: Zmienił się w naszym społeczeństwie stereotyp Niemca, czy także uległ takiej zmianie stereotyp Żyda?

Prof. Jerzy Bartmiński: Stereotyp Żyda zmienił się również, ale przede wszystkim zróżnicował się jeśli chodzi o grupy społeczne. Paradoks polega na tym że w Polsce Żydów dziś

jest bardzo mało, jako grupa są prawie nieobecni w życiu społecznym i politycznym, a jednocześnie tej nieobecności towarzyszy ogromne zainteresowanie dla kultury żydowskiej. U młodych jest to nostalgiczne, bo oni chcieliby poznać coś co kiedyś tu istniało i to w ogromnym bogactwie. Przecież Lublin był w dużym procencie przed wojną miastem żydowskim. Zostały ślady, pamiątki po Żydach, ich kulturze i jest sympatyczne i zrozumiałe, że młodzi Polacy chcieliby doświadczyć tego jakimi ludźmi byli nosiciele tych pamiątek. Ośrodek "Brama Grodzka - Teatr NN" jest właśnie doskonałym przykładem tej nostalgicznej postawy młodych ludzi wobec tradycji miejscowej i wobec Żydów. Być może to wszystko podszyte jest trochę poczuciem winy, że jak Żydzi tu żyli to wtedy nie interesowaliśmy się nimi jak należy. Drugą postawą jest fobia żydowska. Niechęć do Żydów, którym przypisuje się złe intencje w stosunku do nas. Współczesny polski antysemityzm jest dla mnie zjawiskiem kuriozalnym, nie ma potwierdzenia w doświadczeniu empirycznym i idzie na przekór nauczaniu i staraniom Kościoła Katolickiego, zwłaszcza Jana Pawła II. Niestety, głównym nosicielem antysemityzmu w Polsce są dzisiaj niektóre kręgi inteligencji, które mitologizują niebezpieczeństwa rzekomo grożące nam ze strony Żydów. Dla mnie rewelacyjne były wyniki badań Aliny Całej pokazujące, że ludzie ze wsi myśleli o Żydach bardziej realistycznie, jako o dobrych sąsiadach. Rolnicy na pytania w latach osiemdziesiątych o to, kogo z obcych przyjęliby najchętniej za sąsiada odpowiadali, że Żyda owszem tak. Podawali przykłady dobrych doświadczeń sprzed wojny. Żyd pozostał w pamięci zbiorowej ludzi na wsi i w małych miasteczkach jako dobry sąsiad, do którego można zawsze się udać, by pożyczyć pieniądze i nigdy nie odmówił. Znam to z rodzinnych opowieści z rodzinnego miasta Przemyśla (gdzie równocześnie toczyła się ostra rywalizacja handlowa). Obraz Żyda dzisiaj wśród studentów jest bardzo pozytywny, choć nie aż tak pozytywny jak na przykład w Niemczech (prowadziłem badania porównawcze w latach 1993-1994 wśród studentów niemieckich w Bochum w Niemczech i polskich w Lublinie). Jakie cechy w stereotypie Żyda zmieniły się najbardziej? W przeszłości Żyd postrzegany był przez Polaków jako brudny ("parch") i tchórzliwy. Młodzi dzisiaj to zmienili, uznając nowe takty, kiedy to Izrael w konfliktach wojskowych z sąsiadami odniósł wiele sukcesów. Wcześniej bitności Żydów jakby nie dostrzegano, choć wystarczy zobaczyć polski cmentarz pod Monte Cassino, żeby się przekonać, ile jest tam nagrobków żołnierzy narodowości żydowskiej, którzy dzielnie walczyli w armii gen. Andersa. Tu mieliśmy dobry przykład selekcjonowania i ukrywania faktów, więc zafałszowania, jakie niesie w sobie stereotyp. Wg ostatnich badań, w obrazie Żyda młodzi Polacy mają skłonność podkreślać takie cechy, jak inteligencja, bogactwo, zaradność. Są to akurat te cechy, które młody Polak sam bardzo dzisiaj ceni.

S.J.Ż.: Postrzegając innych, szukamy w nich niejako swoich własnych cech.

Prof. Jerzy Bartmiński: Tak. W stereotypach zawsze postrzegamy przez pryzmat własnych

potrzeb i wartości. W Niemczech akceptujemy ich oszczędność, pracowitość, bogactwo, bo my właśnie takimi chcielibyśmy dzisiaj być. W Ameryce mieszkańcy Stanów Zjednoczonych postrzegają Polaków jako oszczędnych i pracowitych, bo Amerykanie sami właśnie takimi chcą być i w dużej mierze są.

S.J.Ż.: Czy są prowadzone badania na temat wykorzystywania stereotypów w walce politycznej?

Prof. Jerzy Bartmiński: Ależ oczywiście! Adam Schaff zalecał wszystkim tym, którzy się zajmują działalnością polityczną, a zwłaszcza tym, którzy przemawiają publicznie i chcą zdobyć popularność, aby studiowali stereotypy i uczyli się nimi posługiwać.

S.J.Ż.: Ale czy takie instrumentalne posługiwanie się stereotypem jest uczciwe?

Prof. Jerzy Bartmiński: To może nie być uczciwe (nie musi być nieuczciwe), za to, co dla przeciętnego polityka jest najważniejsze, jest skuteczne. O skuteczności decyduje to, gdzie i w jakich okolicznościach użyje się danego stereotypu. Są zwykle dwa zabiegi stosowane łącznie jedno, żeby zniechęcić słuchaczy (wyborców) do przeciwników, drugie, żeby wykreować swój pozytywny wizerunek. Używa się więc stereotypów negatywnych, piętnujących, jak „mason”, „żydokomuna”, „klerykał”, „zaścianek”, „bolszewik” - seria jest bardzo długa, oraz słów nobilitujących, jak „rodzina”, „przymierze”, „ojczyzna”, „patriota” - które należą do specjalnej kategorii stereotypów tzw. ideologicznych. Za każdym takim słowem idzie ustawienie swojego przeciwnika w odpowiedniej roli społecznej, sugerowanie określonego schematu oceny. Służy temu słowna etykieta. Jest to bardzo skuteczny sposób politycznego działania, walki z przeciwnikiem politycznym i - o to dzisiaj na szczęście coraz trudniej - dodawania sobie wartości i zdobywania poparcia poprzez czysto słowne manipulacje.

K.G.: Jak Polak postrzega sam siebie? Czy istnieje stereotyp Polaka w Polsce?

Prof. Jerzy Bartmiński: Tak, istnieje. Jest to połączenie krytycyzmu i samouwielbieniem. To paradoks, ale musimy pamiętać, że stereotypy ze swej natury są ambiwalentne i bardzo niejednoznaczne. Polacy widzą siebie i pozytywnie i negatywnie równocześnie.

A.L.: Czy jest to charakterystyczne tytko dla Polaków, czy też również dla innych narodów?

Prof. Jerzy Bartmiński: Do niedawna sądziło się, że autostereotyp czyli obraz siebie samego, swojej grupy, jest zawsze pozytywny, a w każdym razie w przeważającej części pozytywny. To na pewno można powiedzieć o sporej części polskiego społeczeństwa, która hołubi wyidealizowany obraz polskości i Polaka. Przekazuje go szkoła, sugestywnie narzuca literatura. Akcentuje się – w imię jakichś wyższych celów - wyłącznie nasze pozytywne cechy, a więc przywiązanie do

tradycji, do wolności jako sztandarowej idei naszej kultury, naszą tolerancję, która nas tak pozytywnie wyróżniała w Europie w XVI wieku, patriotyzm, dzielność, szlachetność, religijność. Ukrywa się ciemne strony naszej historii narodowej i nasze wady, o których pozwalali sobie mówić publicznie tylko najodważniejsi: Cyprian Kamil Norwid, Stanisław Brzozowski, Witold Gombrowicz, Jan Józef Lipski, Czesław Miłosz. Obcy mieli o nas raczej krytyczne zdanie. Krytycznie postrzegali nas nasi najbliżsi sąsiedzi Ukraińcy i Litwini (z pozycji słabszych), także Niemcy i Rosjanie (z pozycji mocniejszych), ale też np. Szwedzi, a ostatnio Czesi i - co było dla wielu zaskoczeniem - Węgrzy. Ten krytycyzm często oparty na przestankach wybiórczych (polscy turyści-handlarze!) przenika też do naszego autostereotypu, choć w naszej zbiorowej wyobraźni był niewątpliwie słabszy. W ostatnich latach autokrytycyzm Polaków bardzo się nasilił przybierając w niektórych środowiskach formy przesadne, bliskie załamania wiary w samych siebie. Prowadziłem, by odwołać się do bliskich mi danych - badania porównawcze wśród studentów w Polsce i w Niemczech i byłem zdumiony jak krytycznie młodzi Polacy oceniali samych siebie (i rodaków). Jednocześnie ich stereotyp Niemca wykazuje pewne znamiona nadwartościowania. Wręcz jest tak, że młodzi Polacy myślą lepiej o Niemcach niż o sobie i - co ciekawe - lepiej niż sami Niemcy myślą o sobie. Na przykład jeśli pytanie dotyczyło agresywności - studenci polscy przypisywali typowemu Polakowi agresywność w stopniu wyższym niż studenci niemieccy, Niemcy mają nas raczej za łagodnych. To samo dotyczy lenistwa (Niemcy uważają nas za bardziej pracowitych niż my sami siebie), to samo pijaństwa (Niemcy widzą naszą nieprzewidywalną skłonność do alkoholu, ale jest to cecha w znacznym stopniu mniej eksponowana w niemieckim stereotypie Polaka niż w polskim autostereotypie). Natomiast Niemcy postrzegają Polaka jako biedaka, przy czym - pocieszmy się - postrzegają tak wszystkich Słowian: Rosjan, Ukraińców, a nawet Czechów którzy w naszych oczach są bogaci. Niemcy uważają nas za tolerancyjnych, my natomiast sygnalizujemy w ankietach że nastąpił w naszym społeczeństwie załamanie etosu tolerancji. Jesteśmy postrzegani przez Niemców jako uparci, nie bardzo odważni, mało patriotyczni. Polacy natomiast żywią się mitami, uważają się za bohaterkich, kochających ojczyznę towarzyskich i wesołych. Niemcy wcale tak nas nie postrzegają.

A L.: A jak Niemcy postrzegają siebie? Czy te zjawiska są porównywalne?

Prof. Jerzy Bartmiński: Niemcy widzą siebie bardziej pozytywnie niż Polacy siebie. Chociaż uważają się za mało tolerancyjnych i chłodnych emocjonalnie, za takich, co dużo piją, są mało zaradni, mało przedsiębiorczy (Polacy Niemców pod tymi względami oceniają znacznie wyżej - jako wybitnie pracowitych i bardzo zaradnych). Oni się mają za kosmopolitów, a my widzimy ich jako nacjonalistów. Generalnie mają o sobie lepsze zdanie niż my o sobie. Zaryzykowałbym twierdzenie, że u Niemców nie ma tego zachwiania poczucia narodowej tożsamości, które występuje obecnie

w niektórych środowiskach młodych Polaków, gdzie jakby przestaje się wierzyć w siebie.

S.J.Z.: Czy na obraz Polaka wśród Niemców nakłada się także obraz Słowianina, czy też raczej Europejczyka?

Prof. Jerzy Bartmiński: Niemcy - jak wiadomo nie od dzisiaj - postrzegają nas jako mieszkańców peryferii Europy, młodszych cywilizacyjnie, gospodarczo, biedniejszych. Sobie natomiast przypisują większą przedsiębiorczość, inteligencję i bogactwo. My tę samą postawę wykazuje-my wobec Wschodu. Polacy z góry traktują na przykład Litwinów i Ukraińców, nie wspominając już o Białorusinach, a także Rosjanach (mimo równoczesnego podziwu dla rosyjskiej literatury muzyki, sztuki). My przypisujemy co najmniej tyle samo cech negatywnych im, co Niemcy nam. Następuje tu odwzorowanie pewnej relacji, która jest oparta na idei „europejskości” i „azjatyckości”, „Zachodu” i „Wschodu”, kultury i barbarzyństwa.

A. L.: A jak Niemców postrzegają ich zachodni sąsiedzi, na przykład Francuzi?

Prof. Jerzy Bartmiński: Francuzi widzą Niemców trochę podobnie jak Niemcy Polaków, a Polacy Ukraińców. Za prawdziwych Europejczyków Francuzi uważają oczywiście siebie, Niemcy zaś to dla nich jeśli nie barbarzyńcy, to w każdym razie młodszy kulturowo.

Czy takie różnice przeszkadzają w budowaniu jedności europejskiej? Myślę, że nie, że raczej przydają kolorytu kulturze europejskiej. W krajach Unii Europejskiej związane ze stereotypami (ale nie tożsame z nimi!), uprzedzenia są dzisiaj szczęśliwie przewyżczone udało się to (podobno) Francuzom i Niemcom. Pomaga temu powstające poczucie przynależności do Europy. Wielu Niemców czy Francuzów pytanych o narodowość odpowiada "Jestem Europejczykiem!". U nas to poczucie bycia Europejczykami jest oczywiście słabsze, ale niewątpliwie narasta.

K.G.: Czy stereotypy mają związek z twórczością artystyczną? Czy istnieje stereotyp prawdziwego artysty?

Prof. Jerzy Bartmiński: To dwa osobne pytania. Zaczniemy od kwestii pierwszej stereotypy a sztuka. Od romantyzmu, z jego kultem oryginalności cenimy niepowtarzalność, jedyność, niezwykłość dzieł artystycznych, a więc coś radykalnie innego niż powtarzalne, seryjne, utarte stereotypy. Ale absolutna oryginalność jest mitem, jest czymś nieosiągalnym. W rzeczywistości każda kultura, każda twórczość rozwija się między dwoma biegunami. Jeden biegun to zastane gotowe wzorce, lepsze czy gorsze, ale znane, tradycyjne. Na tym biegunie sytuują się wszelkiej maści stereotypy. Drugi biegun to biegun oryginalności. Komunikacja społeczna, także artystyczna, nie może wyskoczyć z języka, przeciwnie - bazuje na nim, a dzieło literackie, nawet najbardziej oryginalne, żyje w języku, zależy od niego, dociera do odbiorcy poprzez język. Język otwiera

oczywiście olbrzymie możliwości kreacji . Jest mechanizmem generującym, jak mówią językoznawcy, ale stwarza też ramy, zakreśla bariery zrozumiałości. Jeśli twórca przekroczy pewien stopień oryginalności, może stać się niekomunikatywnym. Jednym z powszechnie dziś stosowanych sposobów operowania stereotypami w twórczości artystycznej jest „gra” z nimi przywoływanie po to, by je kwestionować, przełamywać, ośmieszać, żeby zaskakiwać czytelnika, poruszać, szokować. Świetnych przykładów takiej gry dostarczają teksty Gombrowicza, Mrożka, Leca. Generalnie jest tak że literatura przejmuje stereotypy z języka potocznego. Oczywiście może im ulegać, utrwałać, podtrzymywać ich obieg. Utrwalaczem (i po trochu twórcą) stereotypów był np. Henryk Sienkiewicz, który umiał je wykorzystywać jako środek pozyskiwania czytelników. Sienkiewicz jest bardzo polonocentryczny i ziemiańsko-szlachecki, na Ukraińców patrzy oczyma polskiego szlachcica. Zarzucał mu to już Bolesław Prus, który w recenzji *Ogniem i mieczem* zupełnie od nowa napisał scenę rozmowy Skrzetuskiego z Chmielnickim, pokazał w niej, że Ukrainiec mógł inaczej niż w powieści Sienkiewicza rozmawiać z Polakiem. Prus zdobył się na większą niezależność od tradycyjnych stereotypów polsko-ukraińskich.

A.L.: Czy to znaczy, że są ludzie, którzy postrzegają cały świat poprzez stereotypy?

Prof. Jerzy Bartmiński: Wszyscy ludzie widzą świat poprzez język i poprzez stereotypy w nim istniejące, choć w większości nie zdajemy sobie z tego sprawy.

S.J.Ż.: Czy możliwa jest weryfikacja stereotypów?

Prof. Jerzy Bartmiński: Oczywiście, jest możliwa. Przecież potrafimy uczyć się obcych języków. Potrafimy też wyjść poza to, co odziedziczyliśmy z tradycji. Nauka to robi! Historycy walczą ze stereotypizacją w widzeniu naszej historii. Opisują fakty i to, jak są one interpretowane przez współczesnych i potomnych. Czy to jest łatwe? Nie. Wszyscy jesteśmy uwarunkowani kulturowo i musimy uczyć się uznawania również racji innych.

S.J.Ż.: Co się stanie z kulturą pełną stereotypów, odmiennej symboliki w momencie, gdy Europa stanie się jednym organizmem?

Prof. Jerzy Bartmiński: Do tej jedności jest bardzo daleko i myślę, że tak naprawdę to nigdy do niej nie dojdzie. Europa szczyli się swoją różnorodnością w jedności. Tę formułę przez lata wypracowywało chrześcijaństwo, choć nie zawsze jej przestrzegało. Chodzi tu przede wszystkim o respektowanie lokalnych tradycji. Na Zachodzie na przykład ceni się przede wszystkim to, co świadczy o odmienności poszczególnych narodów: kultura, potrawy, obyczaje. I właśnie one będą w Europie integrującej się poszukiwane przez innych i mam nadzieję, że dzięki temu polskie tradycyjne wartości będą bardziej cenione - a w konsekwencji także docenione przez nas samych. Będziemy atrakcyjni dla Europy, jeśli zachowamy naszą tożsamość kulturową. Przeciwnie, jeśli

ograniczmy się tylko do naśladowania wzorów obcych, nie będziemy partnerami, zejdziemy na margines jako „papuga narodów”. Wejście do Europy jest więc szansą na docenienie przez innych naszej odrębności - i na docenienie jej przez nas samych.